



UPU UNION
POSTALE
UNIVERSELLE

Bureau international

Weltpoststrasse 4
3015 BERNE
SUISSE

T +41 31 350 31 11
F +41 31 350 31 10
www.upu.int

Contact: Fredrick Omamo
T +41 31 350 34 88
fredrick.omamo@upu.int

- Aux opérateurs désignés des Pays-membres de l'Union
- Unions restreintes (pour information)

Berne, le 10 mai 2024

Référence: 4625(DOP.EPSI.PSD/EMD)1053

Objet: enquête du Forum pour le développement du marketing direct

Madame, Monsieur,

Lors de sa session d'avril 2024 (session S5), le Conseil d'exploitation postale (CEP) a approuvé la diffusion de l'enquête du Forum pour le développement du marketing direct (FDMD) de 2024, réalisée tous les deux ans, qui vise généralement à obtenir une grande variété d'informations issues des données du marché et du secteur concernant la situation et la gamme de produits et services en matière de marketing direct proposée par les membres.

Cependant, dans la mesure où l'enquête de cette année coïncide avec l'étude sur le panorama mondial du marketing direct, le questionnaire se concentrera uniquement sur la réforme du FDMD et les efforts de restructuration en cours. Les résultats de l'enquête serviront à établir la future orientation possible du FDMD.

- / Je vous prie donc de bien vouloir répondre au questionnaire figurant en annexe 1, de préférence en ligne (www.surveymonkey.com/r/DMAB2024) (en anglais et en français uniquement), ou en nous renvoyant la version Word par voie électronique, **vendredi 7 juin 2024 au plus tard**. Toutes les données seront agrégées et traitées dans la plus stricte confidentialité.
- / La brochure du FDMD est aussi fournie pour information.

Si vous avez des questions ou souhaitez obtenir davantage d'informations, veuillez contacter Fredrick Omamo, Chef du programme «Commerce électronique et développement des marchés» (téléphone: +41 31 350 34 88; adresse électronique: fredrick.omamo@upu.int).

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de ma haute considération.

Pour le Directeur des opérations postales:

Wendy Eitan

Directrice «Commerce électronique,
intégration des services physiques
et questions concernant le Conseil
d'exploitation postale»



Enquête du Forum pour le développement du marketing direct de 2024

1. Introduction

L'UPU doit définir et développer un nouveau modèle de FDMD, viable, disposant d'une proposition unique de valeur claire, qui peut appuyer non seulement les membres du FDMD, mais aussi tous les membres de l'Union pour répondre aux défis et aux opportunités permanentes associées au publipostage et au marketing numérique. En ce sens, votre participation à l'enquête jouera un rôle essentiel.

Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir remplir le présent questionnaire, de préférence en ligne via SurveyMonkey (www.surveymonkey.com/r/DMAB2024), **pour vendredi 7 juin 2024 au plus tard**. Si vous préférez utiliser la version Word ci-après, vous devez la retourner, dûment remplie, pour la même date, de préférence par courrier électronique (dop.dmab@upu.int).

2. Informations sur le répondant

Nom de l'organisation ou de l'opérateur désigné	
Nom et prénom de la personne répondant au questionnaire	
<input type="checkbox"/> M ^{me} <input type="checkbox"/> M.	
Fonction/titre	
Adresse électronique	Téléphone
Signature	Date
Personne de contact désignée de l'UPU pour les questions de publipostage/marketing numérique	

3. Questions

Les questions de l'enquête sont regroupées en un certain nombre de sections basées sur des domaines thématiques généraux.

Partie A – Questions proposées pour l'enquête de 2024 du FDMD

Oui Non

1. En mai 2023, le CEP, puis le Conseil d'administration, a approuvé la révision du barème des cotisations du FDMD qui ont surtout diminué, comme indiqué dans le tableau ci-dessous (v. également CEP C 3 2023.1–Doc 4b). Connaissez-vous les changements apportés au barème des cotisations du FDMD?

<i>Barème des cotisations actuel du FDMD</i>		<i>Barème des cotisations précédent du FDMD</i>
<i>Redevances annuelles</i>		
– Pays les moins avancés	500 CHF	2000 CHF
– Pays en développement	1500 CHF	4000 CHF
– Pays industrialisés	2000 CHF	8000 CHF
– Membres non postaux	2500 CHF	2000 CHF
<i>Frais d'adhésion</i>		
– Membres postaux	2000 CHF	2500 CHF
– Membres non postaux	3000 CHF	2500 CHF

2. Si votre organisation n'est actuellement pas membre du FDMD, l'a-t-elle déjà été auparavant?

3. Étant donné que les cotisations au FDMD ont été revues à la baisse pour les opérateurs désignés, votre organisation envisagerait-elle d'adhérer au FDMD?

4. Si vous avez répondu «non» à la question 3, veuillez choisir dans la liste ci-dessous la ou les raisons pour lesquelles votre organisation n'envisage pas d'adhérer au FDMD (veuillez choisir toutes les options applicables):

- Aucun avantage distinct ou aucune valeur ajoutée distincte pour les membres
- Nous sommes membres d'autres entités de l'UPU et nous espérons que le FDMD en ferait partie
- Notre principal intérêt se porte sur le marché national plutôt que sur le marché international
- Les statuts du FDMD sont trop rigides
- Autre (veuillez préciser):

5. Veuillez brièvement décrire une proposition de valeur unique essentielle qui motiverait votre organisation à rejoindre le FDMD (en tenant compte du fait qu'une hausse des volumes de publipostage dans le monde améliorerait la viabilité du réseau postal de l'UPU dans son ensemble):

Nous vous remercions de votre participation.

Forum pour le développement du marketing direct



Le Forum pour le développement du marketing direct (FDMD) est un groupe permanent dont les membres actifs sont des opérateurs désignés des Pays-membres de l'UPU, des sociétés du secteur privé et des associations. Il fonctionne sous la supervision du Conseil d'exploitation postale (CEP) de l'UPU et est autofinancé.

Mission et vision du Forum pour le développement du marketing direct

Le FDMD a pour mission de stimuler le développement du publipostage par le biais des services postaux pour contribuer à l'expansion économique et commerciale en approfondissant la connaissance du marché et en enrichissant le savoir-faire des parties intéressées à tous les niveaux. Sa vision consiste à doter chaque membre de solutions novatrices en matière de marketing direct et numérique permettant l'essor des entreprises de toute taille à n'importe quel endroit.

Créé en 1995 sous le nom de Forum pour le développement du publipostage, son mandat et ses activités ont été renouvelés par chaque Congrès successif et ont évolué au fil du temps. Initialement axé uniquement sur le publipostage, il a été restructuré au Congrès de Doha 2012 de manière à inclure d'autres canaux de marketing direct postal, et sa dénomination a été changée en Forum pour le développement du marketing direct afin de refléter un mandat élargi.

Principaux événements en 2024

- Sessions technologiques du FDMD
- Séminaires en ligne (discussions sur l'innovation)
- Publication du rapport de recherche intitulé «Panorama mondial»
- Séminaire sur le marketing direct
- Cours de l'UPU sur le marketing direct en français
- Examen du système transfrontalier DMap
- Études de cas en matière de publipostage



Services de marketing direct

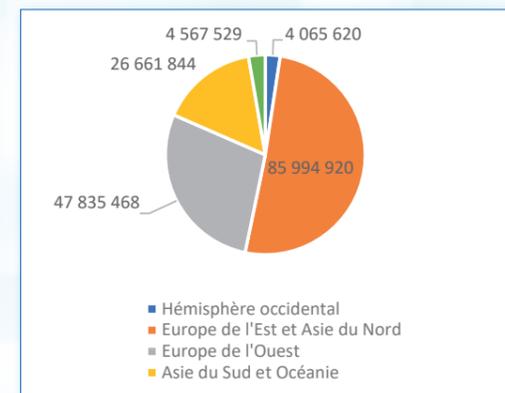
Qu'est-ce que le marketing direct ?

Selon une définition classique, le marketing direct est défini de manière large comme «tout processus basé sur les données visant à communiquer directement avec les consommateurs ou le public cible d'une activité, que ce soient des clients existants ou potentiels, pour obtenir une réponse mesurable ou une transaction sur un ou plusieurs canaux pour l'achat d'un produit ou d'un service spécifique».

Le contexte de marché sur lequel le publipostage opère a considérablement changé pendant la dernière décennie, à mesure que l'univers s'est de plus en plus virtualisé et numérisé pour devenir un métavers. Aujourd'hui, une stratégie multidimensionnelle de marketing comprendra un mélange de canaux physiques et numériques, avec différents niveaux d'efficacité.

Tendances mondiales par région

Volumes annuels moyens de courrier publicitaire international par région (2017-2021)



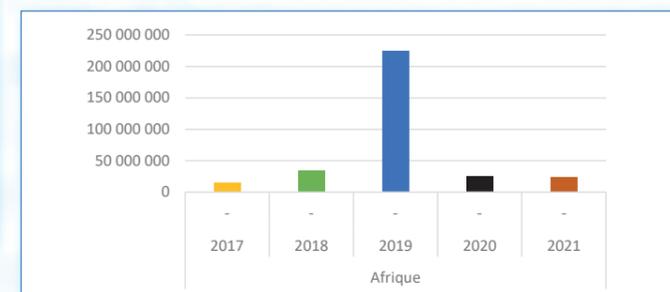
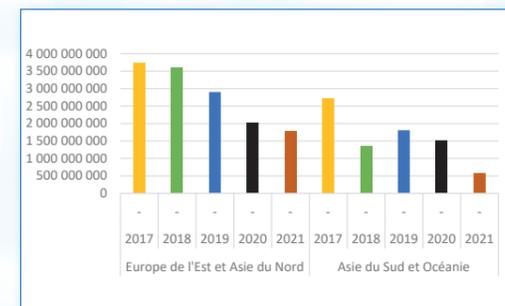
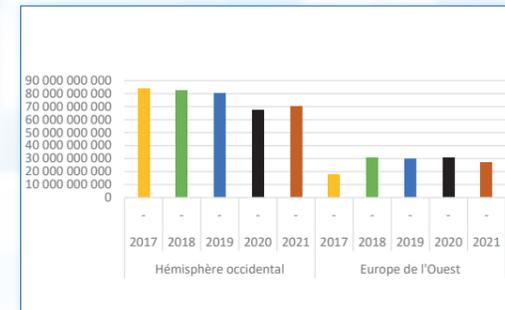
Exploiter les opportunités croissantes du marketing direct transfrontalier

Les données issues de la base de données statistiques postales de l'UPU indiquent que les volumes annuels de marketing direct international (169 133 082) correspondent à 0,2 % des volumes intérieurs (108 569 650 020). L'Europe de l'Est et l'Asie du Nord ont les plus gros volumes de publipostage international, tandis que l'hémisphère occidental a les plus gros volumes de publipostage intérieur.

Les volumes de publipostage international et intérieur sont généralement inférieurs pour la région Afrique que pour les autres régions. Cela signifie que le publipostage est largement confiné aux marchés intérieurs, aux marchés des pays voisins et aux marchés du même groupe linguistique. Avec la croissance rapide du commerce électronique transfrontalier, les opérateurs désignés peuvent aider les entités locales à atteindre les clients transfrontaliers existants et potentiels par le biais de campagnes multicanaux de marketing direct. Les études font état d'une forte corrélation entre les stratégies de marketing numérique et la croissance sur les marchés étrangers, les résultats et la compétitivité des grandes sociétés comme des petites et moyennes entreprises.

Tendances régionales

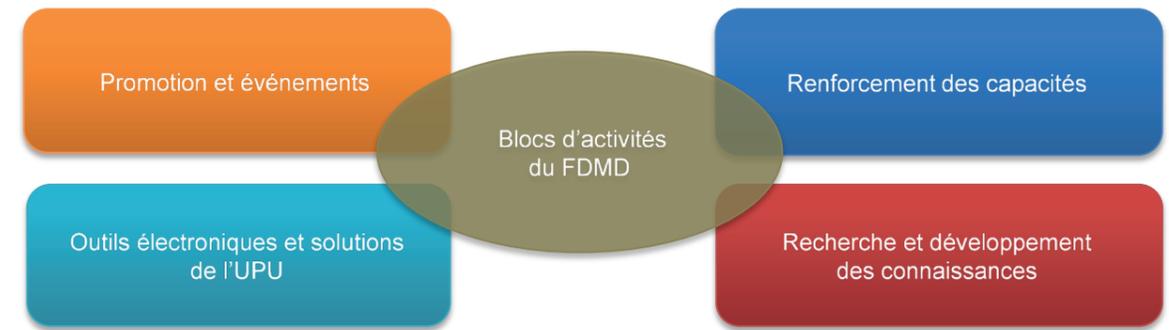
Tendances du courrier publicitaire intérieur par région



* Ces chiffres ne représentent que les indications fournies par les opérateurs désignés

Activités et projets du Forum pour le développement du marketing direct

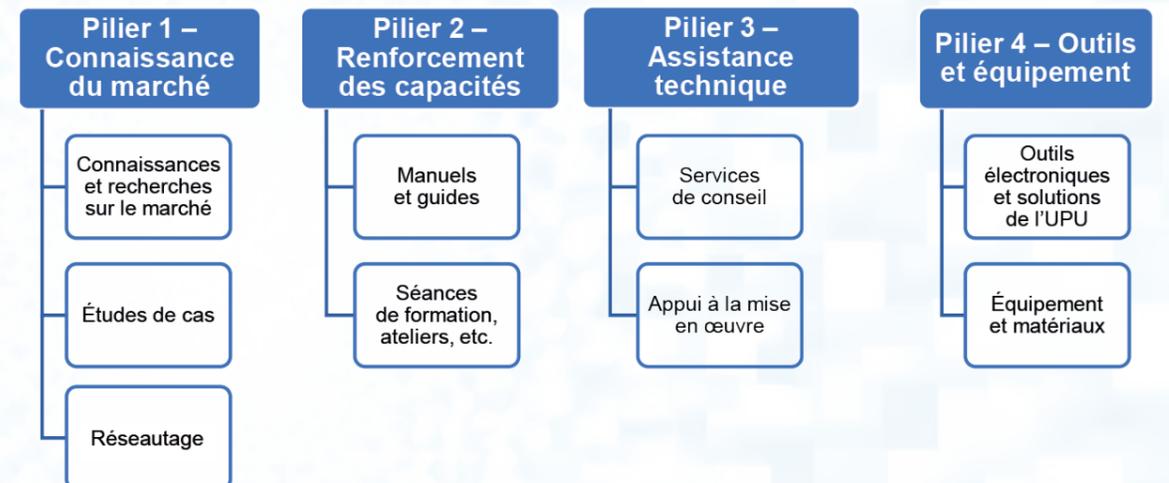
Les activités et les projets actuels du FDMD sont basés sur les propositions de travail du Plan d'activités d'Abidjan, approuvé par le Congrès d'Abidjan 2021, et sont décrits en détail dans le plan d'activités du FDMD pour 2022-2025.



Proposition de valeur

Le FDMD s'efforce de doter ses membres de capacités de formation, de recherche, de communication et de réseautage afin de promouvoir et de soutenir les activités postales de marketing direct et de préserver la valeur et le volume du courrier.

En outre, les membres du FDMD ont un accès privilégié aux webinaires, aux sessions technologiques du FDMD, aux guides, aux débouchés commerciaux, aux connaissances sur le marché et aux études de cas sur le publipostage et le marketing numérique, en particulier concernant les opportunités et les conseils sur le marché international. La nouvelle proposition de valeur du FDMD comprend quatre piliers.



Composition du Forum pour le développement du marketing direct

L'adhésion au FDMD est ouverte à tous les opérateurs désignés des Pays-membres de l'Union intéressés par la stimulation du développement du marketing direct par le biais des services postaux. D'autres acteurs du secteur postal élargi tels que les entreprises et associations publicitaires, technologiques, d'impression et de marketing peuvent devenir des membres non postaux du FDMD.

Cotisations

Frais d'adhésion, payables une fois seulement au moment de l'inscription

- Frais d'adhésion pour les membres postaux : **2000 CHF**
- Frais d'adhésion pour les membres non postaux : **3000 CHF**

Montant de la cotisation annuelle

- Membres postaux :
 - Pays les moins avancés : **500 CHF**
 - Autres pays en développement : **1500 CHF**
 - Pays industrialisés : **2000 CHF**
- Membres non postaux : **2500 CHF**

Avantages

En tant que membre, vous aurez accès à des informations détaillées, pertinentes et actualisées sur les marchés du publi-postage du monde entier ainsi qu'à un réseau regroupant les principaux acteurs du secteur concerné et les dirigeants des postes

Pour d'avantage d'informations sur l'adhésion au FDMD:



Pour toutes vos questions :

veuillez vous adresser au secrétariat du FDMD,
Abby Bossart
Direction des opérations postales
du Bureau international de l'UPU
DOP.DMAB@upu.int

Weltpoststrasse 4
3015 Berne
Suisse
Téléphone +41 31 350 35 93
www.upu.int



UPU
UNION
POSTALE
UNIVERSELLE